Товарный знак.

Экономические и правовые аспекты

 Словосочетание "товарный знак" известно практически каждому. Однако далеко не всякий знает, что оно обозначает. Владеют данным вопросом специалисты - патентные поверенные, патентоведы. А что знают представители других профессий? Думается, что не очень много, хотя информация о товарных знаках может быть полезна как производителям, так и простому потребителю.

 Попробуем разобраться, что представляет собой товарный знак с юридической и экономической точек зрения и имеется ли какая-либо связь между товарным знаком, конечной целью предпринимательской деятельности - получением прибыли и интересами потребителей.

# Немного об истории товарных знаков

 Появление товарных знаков как знаков, указывающих на производителя товаров, в основном связано с периодом становления товарно-денежных отношений. Отличительные знаки (клейма) ставили на свои изделия (оружие, кухонную утварь, кожу и др.) ремесленники и мастеровые еще в средневековье.

 В России определение понятия товарного знака в законодательстве впервые появляется в 1767 г., когда был принят Новоторговый Устав, содержащий правовые нормы, регулирующие внутреннюю и внешнюю торговлю. Товарные знаки в те времена выполняли несколько иную функцию, чем сейчас. Клеймо служило таможенным знаком для различия русских и иностранных товаров и подтверждения факта оплаты пошлины. В 1774 г. принимается правительственный указ об обязательном клеймении всех русских товаров особыми фабричными или заводскими

знаками.

 Однако по мере использования товарных знаков все чаще стали появляться случаи фальсификации. Дешевые подделки при наличии знака сходили за изделия признанных мастеров. Чтобы остановить фальсификаторов, требовались юридические меры защиты. В Англии меры защиты против таких нарушений были выработаны судами в середине прошлого столетия. Лицо, имевшее право использовать товарный знак, получало также право запрещать другим умышленно пользоваться репутацией, которая связана с этим знаком. Это был знаменитый запрет на ведение дел под чужим именем. Никто не имел права выдавать свои товары за товары другого лица. В России Законом 1830 г., содержащим правила и способы клеймения товаров, устанавливалась уголовная ответственность за нарушение прав на товарный знак, в том числе за подделку товара или клейма.

 По мере того, как все большее число стран создавало систему охраны изобретений, товарных знаков, появилась необходимость гармонизировать законодательства о промышленной собственности на международном уровне. Начиная с конца XIX в. был подписан ряд международных соглашений в области охраны промышленной собственности - Парижская конвенция 1883 г., Мадридское соглашение о международной регистрации знаков 1891 г. и т.д.

 В России после революции 1917 г. принимались различные законодательные акты, регламентирующие отношения в области охраны товарных знаков, - Декрет 1918 г. "О пошлинах не товарные знаки", Постановление 1919 г. "О товарных знаках государственных предприятий", Декрет 1922 г. "О товарных знаках" и др.

 В настоящее время отношения, связанные с созданием, регистрацией и правовой охраной товарных знаков, регулируются рядом законов, о которых будет сказано ниже.

## Что такое товарный знак

 В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации товарный знак - это средство индивидуализации продукции. К товарному знаку очень близок знак обслуживания, который представляет собой средство индивидуализации выполняемых работ и услуг (ст. 138 ГК РФ).

В Законе Российской Федерации "О товарных знаках, знаках

обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров", который

регулирует отношения, возникающие в связи с регистрацией, правовой

охраной и использованием товарных знаков и знаков обслуживания, дано

следующее определение: "Товарный знак и знак обслуживания (далее -

товарный знак, ТЗ) - это обозначения, способные отличать

соответственно товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров и услуг (далее - товаров) других юридических или физических лиц".

 Иными словами, товарный знак - это знак, помогающий отличить продукт одного предприятия от продукта другого предприятия. Под продуктом в данном случае подразумеваются как товары, так и услуги. В современных условиях, когда экономическая роль сервиса значительно возросла, знаки обслуживания становятся все более важными. В мире практически нет таких стран, где бы товарные знаки не применялись и не защищались. Исключительное право на использование товарных знаков обычно получают посредством их регистрации, в том числе и в России, однако в некоторых странах исключительное право закрепляется после первого использования знака, как, например, в США.

### Экономические аспекты товарных знаков

 Товарные знаки важны как для продавцов, так и для покупателей.

Товарный знак является своеобразным символом, указывающим, кто несет

за данный товар ответственность. Однородные товары могут

изготавливаться разными производителями, распространяться разными

продавцами -- и те, и другие могут использовать свои товарные знаки.

При выборе товара покупатель ориентируется на товарный знак. В

случае удовлетворения покупкой в следующий раз он будет

руководствоваться просто товарным знаком.

 Товарный знак служит нескольким целям. С точки зрения лица, заинтересованного в покупке, он служит ориентиром при выборе того или иного товара. Выбор основывается на ожидаемых свойствах товара. В этом случае функция товарного знака состоит в том, чтобы указывать покупателю на наличие того или иного качества товара.

 Другой функцией товарного знака является выделение товара или услуги конкретного предприятия из однородных товаров и услуг других предприятий. Кроме того, товарный знак позволяет определить источник происхождения товара, так как сведения о владельцах товарных знаков внесены в Реестр товарных знаков, зарегистрированных в Патентном ведомстве.

 Еще одной немаловажной функцией товарного знака является рекламирование. Товарные знаки благодаря связи с товарами дают обществу информацию о товарах и услугах, помогая стимулировать и сохранять спрос на них, а предприятию и товару обеспечивают широкую известность.

 Таким образом, продавцам товарный знак позволяет выделить их продукцию среди однородной продукции, выпускаемой другими предприятиями, потребителям - указывает на то, что товар не является подделкой и обладает определенным качеством. Товарный знак является важным вкладом в экономику предприятия, так как позволяет занять на рынке определенное положение, основанное на признании товарного знака.

 Ошибочно думать, что одно только использование товарного знака обеспечит предпринимателю сверхвысокие прибыли. Для этого необходим целый комплекс мероприятий, направленных на завоевание устойчивых позиций на рынках сбыта. Однако следует иметь в виду, что значительное место среди этих мероприятий занимает товарный знак.

Одним из важных аспектов коммерческой деятельности является защита товарного знака.

# Правовые аспекты товарных знаков

 Система правовой охраны товарных знаков создается для того, чтобы служить интересам производителей и потребителей. Однако экономический результат может быть получен лишь в том случае, когда система охраны известна и применяется теми, для кого она создана.

 В настоящее время в России отношения, возникающие в связи с

созданием, регистрацией, правовой охраной и использованием товарных

знаков, регулируются следующими законами: Гражданским кодексом

Российской Федерации, Основами гражданского законодательства Союза

ССР и республик (в части, не утратившей силу), Законом РФ "О

товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест

происхождения товаров", Законом "Об авторском праве и смежных

правах", Законом "О конкуренции и ограничении монополистической

деятельности на товарных рынках", Уголовным кодексом РФ,

международными соглашениями и конвенциями, участниками которых

является Россия, а также рядом подзаконных актов.

 Гражданским кодексом признается исключительное право (интеллектуальная собственность) гражданина или юридического лица на средства индивидуализации продукции, выполняемых работ или услуг -- товарный знак или знак обслуживания. Использование товарных знаков или знаков обслуживания, которые являются объектом исключительных прав, может осуществляться третьими лицами только с согласия правообладателя (ст. 138 ГК РФ). Законом "О конкуренции в РСФСР" не допускается самовольное использование товарного знака другого хозяйствующего субъекта.

 Одним из основных законодательных актов, регулирующих

отношения, связанные с правовой охраной товарных знаков, является

Закон РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях

мест происхождения товаров". В соответствии с этим законом правовая

охрана товарного знака предоставляется на основании его

государственной регистрации в Патентном ведомстве России. Владелец

товарного знака имеет исключительное право пользоваться и

распоряжаться товарным знаком, а также запрещать его использование

другим лицам. Защита гражданских прав от незаконного использования

товарного знака осуществляется путем требования прекращения

нарушения или взыскания причиненных убытков, публикации судебного

решения в целях восстановления деловой репутации потерпевшего,

удаления с товара или его упаковки незаконно используемого товарного

знака или обозначения, сходного с ним до степени смешения, либо

уничтожения изготовленных изображений товарного знака или

обозначения, сходного с ним до степени смешения. На

зарегистрированный товарный знак выдается свидетельство,

удостоверяющее приоритет товарного знака и исключительное право

владельца на товарный знак в отношении товаров, указанных в

свидетельстве. Нарушением прав владельца признаются

несанкционированное изготовление, применение, ввоз, предложение к продаже, продажа, иное введение в хозяйственный оборот или хранение с этой целью товарного знака или товара, обозначенного этим знаком, или обозначения, сходного с ним до степени смешения в отношении однородных товаров.

 Кроме того, товарные знаки, являющиеся произведениями живописи, графики, дизайна и представляющие результаты творческой деятельности, составляют объекты авторского права, для возникновения и осуществления которого не требуется регистрация, так как авторское право возникает в силу факта создания произведения. Исключительное право на использование произведения принадлежит автору, а на служебные произведения - работодателю, с которым автор состоит в трудовых отношениях, если между ним и автором в договоре не предусмотрено иное.

 Таким образом, чтобы надежно защитить свою продукцию от подделок, оградить свой рынок от конкурентов, а потребителей - от введения в заблуждение, производителю следует зарегистрировать свой товарный знак в Патентном ведомстве России или других стран.

# Бухгалтерский учет товарных знаков

 Использование товарных знаков в хозяйственной деятельности предполагает наличие определенных затрат, связанных с ними: оплата услуг дизайнеров по разработке товарного знака, патентных поверенных и патентоведов -- по оценке охраноспособности знаков и подготовке документов на регистрацию в Патентном ведомстве, оплата пошлин за подачу заявки, регистрацию товарного знака и выдачу свидетельства, поддержание его в силе.

 За счет каких источников финансирования производятся

вышеуказанные затраты? Во-первых, за счет собственных средств --

прибыли, накопленных амортизационных отчислений, средств

учредителей. Вовторых, за счет заемных средств, например кредитов

банка. Произведенные затраты относятся к категории долгосрочных

инвестиций и отражаются в бухгалтерском учете на счете 04

"Нематериальные активы" через счет 08 "Капитальные вложения"

("Положение по бухгалтерскому учету долгосрочных инвестиций",

утвержденное письмом Минфина РФ от 30.12.93 г. N 160 и "План счетов бухгалтерского учета финансовохозяйственной деятельности предприятий" с учетом изменений, утвержденных приказом Минфина РФ от 28.12.94 г. N 173).

 Первоначальная стоимость нематериальных активов равномерно

(ежемесячно) переносится на издержки производства и обращения по

нормам, определяемым организацией исходя из установленного срока его

полезного использования (п. 48 "Положения о бухгалтерском учете и

отчетности в Российской Федерации", утвержденного приказом Минфина

РФ от 26.12.94 г. N 170). Минимальный срок использования

нематериальных активов не должен быть менее одного года.

Максимальный срок нормативными документами по бухгалтерскому учету не ограничен, кроме того, что он не должен превышать срок деятельности предприятия.

 При определении срока полезного использования относительно товарного знака следует исходить из того, что в соответствии с "Положением о бухгалтерском учете и отчетности" к нематериальным активам, используемым в течение длительного периода времени и приносящим доход, относятся права, возникающие из свидетельства на товарный знак. Одним из основных прав, возникающих из свидетельства на товарный знак, является исключительное право владельца пользоваться и распоряжаться товарным знаком, а также запрещать его использование другим лицам. Правовая охрана товарного знака предоставляется на основании его государственной регистрации. Срок действия регистрации составляет 10 лет, считая с даты поступления заявки в Патентное ведомство, и по заявлению владельца может быть продлен, каждый раз на 10 лет (Закон РФ "О товарных знаках", ст. 3, 4, 16). Другими словами, права, возникающие из свидетельства на товарный знак и являющиеся объектом нематериальных активов, могут действовать неограниченный период времени.

 Следует, однако, помнить, что законом предусмотрены определенные основания, прекращающие правовую охрану товарного знака: признание регистрации товарного знака недействительной, неиспользование товарного знака, превращение товарного знака в обозначение, вошедшее во всеобщее употребление, и т.д. (гл. 6 Закона "О товарных знаках").

 "Положением о бухгалтерском учете и отчетности" и "Планом счетов бухгалтерского учета" предусматривается, что по некоторым объектам нематериальных активов погашение стоимости не производится и амортизация не начисляется. Конкретный перечень таких объектов в нормативных документах не приводится. По-видимому, предприятие при принятии своей учетной политики должно самостоятельно, исходя из своих интересов, определить перечень объектов нематериальных активов, стоимость которых с течением времени не уменьшается. Учитывая неограниченный период, в течение которого товарный знак способен выполнять функции, приносящие доход его владельцу, можно рассматривать целесообразность включения в вышеупомянутый перечень и товарного знака.

 В бухгалтерском учете зарубежных стран существует другая практика. Например, в соответствии с рекомендациями Совета по бухгалтерским стандартам США амортизация нематериальных активов, не имеющих лимита сроков службы, таких, как товарные знаки, начисляется в течение разумного времени, но не более 40 лет.

 Сопоставительный анализ нормативных документов по бухгалтерскому учету и налогообложению в Российской Федерации дает основания полагать, что затраты на товарный знак могут быть учтены при определении льготы по налогу на прибыль.